

好評サービスを生む
「3つの視点」

「予算化」「探究心」「標準化」 が成功のキーワード

食後・帰り際のサービスで、
お客から評価されている店には「どうすれば
お客が喜んでくれるか」を徹底的に
考えているという共通点がある。
ただし、そこに至るまでには「予算化」、
「探究心」、「標準化」と大きく分けて
3つの視点が必要になる。

予算化

1人30円で
店を思い
出させる

帰り際のお客にレトルトの 味噌汁をプレゼント

なかめのでっぺん (居酒屋)

「感謝の気持ちを示すため、食後や
帰り際のサービスにお客様1人あたり
30~40円を予算として取り、使うよ
うにしている」。そう話すのは東京・
中目黒にある居酒屋「なかめのでっぺ
ん」など3店舗を展開する幸せの力カ
ンパニーの内山正宏社長。

具体的な内容は各店の店長に任せて
いるが、例えば「なかめのでっぺん」

では、食事が済んだお客におしぼりと
お茶を提供することに加え、お客が帰
る際にレトルトの味噌汁を渡すこと
にしている。同店は店舗面積24坪、月
商は750万円。リピート客の比率は7
割という人気店だ。

狙いは「次の日の朝、店のことを思
い出してもらう」(同店の平野敬店長)
こと。店はビル内の奥まったところに
あり、ビルの外までお見送りをする時
に、タイミングを見て渡している。

ちなみにレトルトの味噌汁の価格は
具材と味噌のセットで1つ29円。店の
客単価は4200円なので、1人あたりの
収益の0.7%を翌朝店を思い出して
もらうことに使っているわけだ。1日に
60~70セットを配る。

こうしたサービスを始めたのは
2006年9月に開店した直後から。「サ
ラリーマンのカバンに無理なく入るも
の」(平野店長)ということで、最初
はバナナを配っていたが、みかん、レ
トルトの味噌汁と移り変わった。

レトルトの味噌汁は「ひとり暮らし
のお客が多いので、朝ごはんになる
と、とても喜ばれる」(平野店長)と
いう。持ち運びやすく、保存が効くメ
リットも大きい。

お客から「いつももらってばかりで悪いね」と感謝の言葉を掛けられることも多い

